

走出去不扎堆 光伏企业加码海外产线布局

证券时报记者 刘灿邦

近日,中国光伏行业协会罕见发声,称《通胀削减法》出台后美国违规大量提供光伏补贴,扭曲全球光伏市场。事实上,这只是中国光伏产业国际化发展所面临挑战的一个缩影。美国政府调整对中国301关税的政策内容,光伏电池、组件等多类产品税率确认将提高。

然而,国际化是中国光伏产业不得不走的一条路。国内光伏企业布局海外市场起步较早,但更多地局限于销售环节,海外产能布局重视不足。今年年中,由于美国对中国企业东南亚产能的干预,借道东南亚向美国出口光伏产品的通道被切断。光伏厂商也重新审视海外布局,既意识到去海外产能集中的弊端,也着手更大范围推动海外产能建设,出海从1.0阶段迈向2.0阶段。

多名业内人士在接受记者采访时表示,光伏企业出海进入2.0时代,意味着企业投资模式将更灵活,企业要注重推行从生产、产品开发到营销的全价值链本土化。另外,业内人士建议出海企业走出去不要扎堆,可在“一带一路”沿线分散布局。

出海现新挑战

“近期,美国频繁指责中国新能源行业存在大量补贴,自己却通过实施排他性、歧视性的补贴政策,大肆扩张自身产能,是典型的‘双重标准’行径,将导致美国光伏产业出现‘产能过剩’,冲击全球光伏行业的健康发展。”中国光伏行业协会在近期发布的文章中指出,美国高筑保护主义院墙,采取多重贸易限制手段,层层加码设置光伏关税壁垒。同时,通过《通胀削减法》和《基础设施投资与就业法》等法案,实施排他性、歧视性的产业政策,向其本土光伏产业提供大规模涉嫌违反多边规则的补贴,严重扭曲全球光伏产业链供应链的市场化运行。

《通胀削减法》实施后,美国计划建设的光伏产能大幅增长。据咨询公司伍德麦肯兹统计,2026年美国光伏组件产能将超过120GW,是届时本土光伏装机需求的3倍。《通胀削减法》只是中国光伏产业国际化发展过程中面临挑战的冰山一角,此法案直接导致全球多个光伏企业赴美投资建厂。类似的,为摆脱对中国光伏制造业的依赖,欧盟、印度等均制定了构建本土供应链的计划,对中国光伏制造业形成潜在挑战。

与此同时,各种贸易壁垒层出不穷。近日,美国政府调整对中国301关税的政策内容,其中对光伏电池、组件税率与5月公布的行政关税结果相同,确定从25%调整至50%,本次301关税的规范产品额外新增了中国出口的多晶硅与单晶硅片,征收税率为50%。

记者注意到,过去以泰国、马来西亚、越南、柬埔寨4国为首的东南亚地区是中国光伏制造布局全球的基地,在美国反规避调查的背景下,中国光伏企业位于东南亚的产能面临生存困难。为应对形势变化,中国光伏企业

对于光伏企业出海,业内人士建议,走出去不要扎堆,可以在“一带一路”方向分散布局。借助我国推动发展共建“一带一路”倡议的契机,与共建“一带一路”国家共谋能源转型发展蓝图,充分发挥“一带一路”贸易畅通、资金融通优势。



图虫创意/供图 陈锦兴/制图

投资建厂的目的地更为多样,不少企业选择与欧美、中东、土耳其、非洲、印度等地区绑定。

一家一线组件厂商负责人告诉记者,当前国际贸易摩擦不断,包括欧美、印度等地的贸易壁垒日益加强,中国企业在海外布局产能需更加谨慎。该负责人认为,应将政策变化和自身实际相结合,从多个维度综合评判投资可行性,包括市场、政策风险、国家信用、基础设施、产业链完备度、能源价格、劳动力素质等方面,确保运营的可持续性。“同时,坚持均衡的全球化布局,以最大程度减少政策风险,快速抓住市场需求轮动机会。”

抱团走出去

在贸易环境变化的背景下,中国光伏企业海外产能布局正经历一轮大迁徙。

一家多环节布局的龙头厂商人士向记者表示,中国光伏企业已经开始考虑包含与本土企业共同投资、出海建厂等新的发展方式建设全球化产能,部分头部企业已陆续公布在美国、中东、越南等地的新建产能计划,不乏产业链上下游企业协同出海情况。

由于较低的政治风险、良好的外交关系、开放的商业规则,中东成为中国抢滩海外的“新热土”,近期均达股份、协鑫科技等多家光伏企业相继宣布在中东地区发展的新动态,TCL中环、天合光能等企业也曾相继披露出海中东的规划。例如,晶科能源计划在沙特成立合资公司建设10GW高效电池及组件项目,总投资约合9.85亿美元,主要资金来源为合资公司自有或自筹资金。TCL中环计划在沙特共同设立合资公司建设年产20GW光伏晶体晶片工厂,总投资预计约20.8亿美元。

此外,多家企业表达了加码海外布局的意愿。例如,通威股份提到,公司一直对产能出海的机会保持高度关注和积极研究,前期相关团队也进行过多次调研,并持续围绕海外贸易政策、生产要素稳定性、产业配套、投资

强度、合作模式等机遇与挑战进行全方位论证。

一家硅料龙头厂商负责人向记者表示,当前,全球产业链深度重构,中国光伏全面出海成为必然。与此同时,欧美、印度等国愈发重视本国的产业链自主性与可控性,不断挥起的“关税大棒”倒逼中国光伏从取道东南亚的“曲线出海”向全面出海转变,从单一的技术、产品出海,向包括设备、原材料等在内的产业链抱团出海转变。

该负责人预计,3到5年内中国光伏行业将完成第一阶段的全产业链出海,面向美国、欧洲、东南亚、印度、中东、北非、南美等全球重点区域,汲取第一阶段出海的经验教训,合理利用WTO规则,建立全球化运营新优势。

值得一提的是,虽然美国市场壁垒较高,但较高的毛利仍然吸引厂商进驻。最近晶科能源的佛罗里达州工厂获得美国税收抵免,标志着中国光伏企业首次在美国获得清洁能源项目的激励。此外,阿特斯、晶澳、隆基都宣布在美国建厂。据天合光能介绍,公司今年在美国市场的出货目标是4.5GW以上,同时加快推进美国基地相关设施的建设,预计年内实现投产。

迈向2.0阶段

上述龙头厂商人士向记者判断,未来可以进一步借助我国推动发展共建“一带一路”倡议的契机,与共建“一带一路”国家共谋能源转型发展蓝图,充分发挥“一带一路”贸易畅通、资金融通优势,以光伏继续助力设施联通,使得相应国家和地区逐渐摆脱对传统能源的依赖,建成更加可持续和安全的能源基础设施,最终实现“一带一路”经济不断的正向循环。

中国有色金属工业协会硅业专家组副主任吕锦标也持类似观点,他向记者表示,借道东南亚规避美国对中

国光伏的限制最终被封禁,给我们的启示是走出去不要扎堆,可以在“一带一路”方向分散布局。“走出去最重要的是评估防范政治风险,比较可行的是和国际资本或当地国家核心资本合作,输出中国企业的技术管理和产业链配套优势。”吕锦标特别强调,中国之外,没有第二个地区有中国光伏制造完整的具备竞争优势的全产业链配套。

晶科能源副总裁钱晶在接受记者采访时分析,全球制造1.0时代的特点是全资公司生产的产品定向供应特定市场,而非本地使用;全球制造2.0时代,晶科能源将采用灵活、柔性的合作模式,全球化营销与本地化制造结合,向全球输出技术、专利、经验、服务,复制其强大的生产制造体系和品质保障,和合作伙伴深度捆绑、资源协同、优势互补、共赢市场。

据钱晶介绍,出海2.0时代,企业投资模式将更灵活,可采取双方或多方合资,以资本入股、技术入股、管理入股、资源入股等多种形式,站在本土巨人的肩膀,借力使力,资源协同联动;同时,推行全价值链本土化,生产、产品开发及营销等所有环节都逐步本土化。

当然,出海2.0时代也有新的挑战,上述一线厂商人士提醒,中国光伏企业需要密切关注国际贸易政策的变化,及时调整企业战略与投资部署。在投资海外市场前充分评估当地投资风险和发现潜在问题,避免项目一经投资后由于政策转变导致资本浪费。同时,持续投入研发,提升光伏产品的技术水平和性价比,以应对国际市场的竞争。

此外,还应通过参与或建立国际合作平台,与海外光伏企业、科研机构等建立合作关系,共享资源,共同开发市场;建立和完善合规管理体系,确保企业的国际业务符合国际及当地法律法规要求,并加强品牌建设和市场营销,提升企业在国际市场上的知名度和影响力。



锂电市场加速淘汰 桑顿新能源被申请破产重整

证券时报记者 张一帆

近日,湖南锂电企业桑顿新能源被债权人申请破产重整,桑顿新能源的参股股东启迪环境(000826)在9月23日晚间披露了这一消息。

公开信息显示,成立于2011年的桑顿新能源,致力于新能源电池系统、动力电池创新平台等研究与生产,业务聚焦三元与磷酸铁锂电池板块。财报显示,桑顿新能源目前虽然处于亏损状态,但是并未出现资不抵债的情况。截至2023年12月31日,桑顿新能源总资产为65.74亿元,净资产为27.82亿元,负债为37.93亿元;2023年全年营业收入为2.62亿元,净利润为亏损5.24亿元。

据了解,桑顿新能源的债务申请人最初为锂电材料头部企业贝特瑞(835185)。贝特瑞以桑顿新能源不能清

偿到期债务,且其资产不足以清偿全部债务,明显缺乏清偿能力为由,要求进行破产审查。

在就该申请开展的听证过程中,桑顿新能源与另一债权人余姚市海泰贸易有限公司(下文简称“海泰贸易”)对破产清算明确提出异议,均认为桑顿新能源具有重整价值,应当先进入破产重整程序。桑顿新能源认为,公司资产大于负债,只是暂时丧失流动性,可通过重整或预重整的方式纾困化债;同时,公司具备重整价值,通过重整可实现债权人利益最大化。

法院受理了海泰贸易对桑顿新能源的破产重整申请,认为桑顿新能源虽然不能清偿到期债务,且明显缺乏清偿能力,具备破产原因,但公司所处锂电池生产领域运营管理成熟、经营稳定,具有一定的经济价值,有望通过重整程序化解风险,且被申请

人也迫切希望通过重整程序盘活资产,提高债权清偿率,因此桑顿新能源具备重整价值,有重整可能,符合破产重整条件。

虽然桑顿新能源不在启迪环境合并报表范围内,本次破产重整事项对启迪环境的生产经营和业务不构成重大影响,但从财务角度,启迪环境明确表示,法院裁定批准桑顿新能源破产重整可能对公司本期利润或期后利润造成一定的影响。

半年报显示,截至2024年6月底,启迪环境对桑顿新能源的投资余额为5.49亿元,剩余担保余额为1.94亿元,应收账款余额7580.97万元。启迪环境介绍,公司后续将根据桑顿新能源破产重整进展情况,审慎确定计提资产减值准备的具体金额。同时,因前述担保尚未解除,公司将就该担保风险事项履行风控程序。对于非经营占用情

况,启迪环境称将适时采取必要的措施保障公司权益。

桑顿新能源进入破产重整,是锂电行业“马太效应”持续下,中后部企业处于淘汰赛环境中的缩影。中国汽车动力电池产业创新联盟统计,2024年上半年纯电动乘用车市场共计33家动力电池企业实现配套,配套量前三家企业分别为宁德时代、比亚迪、中创新航,集中度占比79.0%。剩余的企业分享余下约两成的市场空间。

蜂巢能源董事长杨红新此前曾公开表示:“锂电市场的淘汰正在加速。今年,储能企业有可能淘汰掉50%,动力电池企业到今年年底可能不会超过40家,且明年仍将是加速淘汰的阶段。”在杨红新看来,2024年是锂电行业深度调整的元年,产能过剩、融资变差、价格内卷、经营挑战等问题都在今年集中体现。

餐饮行业“增收不增利” 盼扶持政策落地激发市场活力

证券时报记者 曹晨

今年以来,伴随着跨界入局者愈发增多,餐饮行业呈现“增收不增利”现象。

证券时报记者注意到,价格战、同质化竞争和成本压力加剧等因素是造成行业困境的几大原因。为应对愈发激烈的市场竞争,头部餐饮品牌积极求变,一方面,通过多品牌策略、调整菜单来吸引消费者;另一方面,在保持谨慎开店的同时,布局品牌卫星店成为行业一大新特点。

2024年以来,提振餐饮行业的政策也在持续出台。“餐饮行业总收入已经突破了5万亿元,在整个消费占比中越来越重要。餐饮业作为基本的民生保障行业,提供了大量就业机会,社会价值同样重大。除了餐企自身积极调整应对外,希望相关扶持政策可以出台落地,比如优化营商环境,激发市场活力。”一家上市餐饮公司高管李哲(化名)告诉证券时报记者。

行业进入微利时代

北京华联BHG Mall(公益西桥店)位于丰台区城南嘉园,是一个集休闲、娱乐、餐饮、购物为一体的购物中心,也是南四环附近的主要商圈之一。近日,证券时报记者走访该购物中心发现,商场3楼和4楼分布着大大小小20多家餐厅,包括海底捞、呷哺呷哺、西贝莜面村、黄记煌等大型连锁品牌,还有不少客单价低的快餐品牌,如吉祥馄饨、米村拌饭、遇见小面以及甲乙饼。

记者注意到,这里大部分餐厅均推出了特价菜品和团购打折活动。其中,新开业的吉祥馄饨店推出了9.9元全家福馄饨吸引了不少顾客前来就餐。“我们做餐饮6年多了,之前开过客单价较高的中餐品牌,前几年疫情都挺过来了,但今年竞争压力巨大,因此我们转向客单价较低的吉祥馄饨。”该店负责人对证券时报记者表示。

除了中小品牌,头部全国连锁餐饮品牌也感受到当前餐饮行业的经营压力加大。近期,呷哺集团创始人贺光启在业绩说明会上直言:“今年以来,餐饮行业太卷了,很多品牌都撑不下去。当前环境下,预计到明年上半年,呷哺集团都会采取相对保守的策略,确保每开一家门店都能盈利。”

从全国层面看,国家统计局9月14日数据显示,2024年8月,全国餐饮收入4351亿元,同比增长3.3%;限额以上单位餐饮收入1241亿元,同比上升0.4%。对比之下,7月,全国餐饮限额以上单位餐饮收入1217亿元,同比下降0.7%。

尽管8月餐饮消费止跌回升,但中国烹饪协会近日发布报告称,8月份餐饮业表现指数为46.98,环比下降7.77。“8月份餐饮业现状指数的各项指标均低于中性水平,呈现收缩状态。很大程度上与经营成本上涨、同质化竞争加剧、消费需求疲软、发展预期不确定性增加等多重因素叠加有关。销售额指数高于盈利指数,也体现了餐饮业近期‘增收不增利’。”

餐饮行业跨界入局者明显加大,导致供给过剩也是行业内卷的重要背景。天眼查数据显示,今年上半年,国内餐饮相关企业新注册量达到134.7万家,而注销、吊销量达到105.6万家。对此,开源证券分析师认为,虽然关闭的餐厅大幅增加,但新增餐企数量仍大于注销吊销数量,意味着市场供给仍在持续增加。预计竞争激烈下,餐饮价格战仍将持续,“主动降价”使得餐饮企业大多进入微利时代。

头部餐企积极求变

近期,头部餐企动作频频,主动求变,通过多品牌策略、适当降价以及店型创新等措施,适应不断变化的市场环境成为当下行业一大特点。8月27日,火锅龙头海底捞在财报中披露了多元化发展的“红石榴计划”,该计划旨在鼓励孵化和发展更多的餐饮新品牌,以期开启第二增长曲线。对此,海底捞方面对证券时报记者表示,截至目前,公司已经孵化了焙烤烤肉铺子、小嗨火锅、苗师兄香锅等品牌,正在形成烤肉、

快餐、中式正餐等多种组合业态。其中,焙烤烤肉铺子正在快速拓展市场,目前已在西安、南京、杭州等城市落地;小嗨火锅门店已覆盖北京、河北、浙江等省市,一线城市以及下沉市场均有布点。

调整菜品结构与适当降价也是头部餐饮品牌的一大动作。今年7月,百福控股旗下新辣道“有料火锅”品牌北京首店开业,相比新辣道“经典鱼火锅”品牌的菜品有所降价。今年5月中旬,呷哺呷哺上线的新菜单显示,单人套餐及双人套餐价格全面下调,平均客单价不超过60元。除了套餐外,其他餐品也迎来不同程度降价。

除此之外,头部餐企还在打磨新的单店模型,加速布局品牌卫星店成为行业一大新趋势。

7月30日,九毛九旗下太二酸菜鱼与美团达成战略合作,计划2024年开出50家品牌卫星店。对此,九毛九集团向记者表示,开设外卖卫星店的品牌不仅有太二,还有九毛九西北菜。“这源于我们对外卖市场的洞察,例如,在一些上了单人外卖套餐的门店,销量和营业额的增长都非常好。目前,太二分别在不同城市开设了30多家外卖卫星门店,未来会继续寻找合适的区域。”

今年以来,包括海底捞、呷哺呷哺、老乡鸡、肯德基等品牌均试水或布局了卫星店模式。9月3日,美团在2024年餐饮产业大会上发布的数据显示,截至目前,已有150个餐饮品牌在堂食店经营基础上累计开出超过1000家卫星店。

弘毅投资董事总经理、百福集团CEO王小龙在接受证券时报记者采访时表示,当前环境下,依靠靠食收入实现良好盈利的单店模型时代对大多数品牌而言已不再。因此,不少品牌选择优化单店模型,例如将大店转型为小店,以期实现降本增效,提升盈利能力。

政策效应逐步释放

2024年以来,国家多次出台提振消费的政策,其中有不少直接指向餐饮业。

3月,商务部等9部门联合印发《关于促进餐饮业高质量发展的指导意见》,从提升餐饮服务品质、创新餐饮消费场景、加强组织保障等七个方面,提出22项具体政策措施,推动餐饮业实现高质量发展。

5月,国家市场监督管理总局等8部门发布《关于进一步优化政务服务提升行政效能推进“高效办成一件事”的实施意见》,大力优化营商环境;6月,国家发展改革委等5部门印发《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》,提出培育餐饮消费新场景,发展餐饮消费细分领域。

“对于行业而言,优化营商环境十分重要。首先,建议简化餐饮行业的审批流程,激发市场活力。其次,应该鼓励并出台支持大型连锁企业的惠企政策,进一步推动餐饮企业向连锁化、集团化发展。”李哲对证券时报记者表示。

各地也在积极行动,出台多项举措扶持餐饮行业发展。比如在7月10日,上海市商务委相关负责人表示,在了解企业实际需求的基础上,上海发布了《关于促进本市餐饮业高质量发展若干措施》,围绕降本减负、增能引流、场景创新、环境优化等方面共提出10条举措。

“商户对于餐饮业发展前景仍然看好,在国家已出台系列政策的支持下,营商环境不断改善,政策效应逐步释放,对投资预期仍持有乐观态度。”中国烹饪协会近期指出。

王小龙表示,作为大消费的重要一环,餐饮业在拉动消费方面的作用毋庸置疑。同时,其劳动密集型的属性,在解决就业方面也发挥了重要的社会价值。“建议政策层面应考量餐饮业的独特性,提供灵活的用工政策和税收优惠。在资本市场方面也应保持机制畅通,一二级市场循环可以助力餐饮业更好发展。”

